

Controlling21

Der Internet-Auftritt

A. Ihre Firma allgemein betrachtet

1. Analyse Ihrer Firmenstrategie

a) MoC

b) CI - Ihre Corporate Identity

2. Konzeptionsphase

- a) CD - Ihr Corporate Design**
- b) Werbelinie**
- c) Marketingplan / Vertriebsplan**

3. Analyse Ihres operativen Geschäftes

- **Wie erhalten Sie bisher Ihre Aufträge?**
- **Wie, woher, mit welchen Wartezeiten, beschaffen Sie sich Ihre Rohstoffe, Informationen, Ihr Personal, Ihre Vertriebslogistik etc.?**
- **Wie kommunizieren Sie momentan mit Ihren Kunden?**

- **Welchen Umsatz erzielen Sie wo (national / international), mit wievielen Produkten und wievielen Kunden?**
- **Gibt es lokale, regionale, internationale (rechtliche) Beschränkungen, Abhängigkeiten, Einflussfaktoren für Ihre Firma, Ihre Produkte?**

B. Ihre Firma im Internet

→ Es gibt keine allgemein gültige Lösung für alle Firmen!

Jeder Internet-Auftritt muss individuell erarbeitet werden, damit er erfolgreich wird.

1. Internet-Strategie

- **Was erwarten Sie vom Internet?**
- **Wollen Sie im Internet exakt dieselbe Firmenstrategie verfolgen oder eine abweichende, erweiterte, ergänzende?**
- **Soll(en) im Internet dieselbe(n) Zielgruppe(n) angesprochen werden wie mit Ihren anderen Medien?**
 - **höchstens fünf wichtige, klar definierbare Typen.**

2. Internet-Konzeption

a) Stufenweiser Aufbau

**→ schrittweises Erweitern und Optimieren
der Webpräsenz**

**„Klein anfangen, konsequent lernen, effizient
ausbauen“**

b) Domain - Ihre Adresse im Internet

→ Toplevel-Domain .de

Insgesamt darf der Name nicht zu lang werden (Visitenkarten, Tippfehler)

Er darf keine Sonderzeichen (Umlaute oder ß) enthalten, und Sie sollten auch schwierige Zeichen vermeiden (z. B. den Unterstrich sollten Sie weglassen oder durch einen Trennstrich ersetzen)

Die Unterscheidung in Groß- und Kleinschreibweise existiert im Domain-Namen nicht!

Besitzt Ihre Firma die Rechte an dem gewünschten Namen? Ansonsten werden sie sicherlich herausgeklagt werden.

Bei Abkürzungen sollten Sie vorsichtig sein, da sie für Außenstehende oft unverständlich sind.

→ <http://www.denic.de>

c) Alleinauftritt oder im Marktplatz

d) Ihre Internet-Zielgruppen

→ **<http://www.gfk.de>**

→ **<http://www.w3b.de>**

e) Zielgruppen und ihre Gewohnheiten im Detail

→ **berufliche NutzerInnen**

→ **private NutzerInnen**

f) Die technische Ausstattung Ihrer Zielgruppen mit Hardware:

- **Internet-Anschluss**
- **Monitorgrößen**
- **Grafikkartenauflösung**
- **Software**

Momentan ist die technische Obergrenze für viele Zielgruppen bei 17-Zoll-Monitor, 1024*768 Pixel Auflösung, Windows 98, Netscape der Version oder Microsoft Internet-Explorer der Version und HTML 4.0 erreicht.

g) Kommunikation

- **E-Mail**
- **Kontaktformular**
- **Workflow**
- **Bearbeitung der eingehenden E-Mails**
- **E-Mail-(Mailing-)Listen**
- **Downloads**
- **Call-back-Button**

h) Bilder

i) Javascript

j) Java

k) Spielereien

"Wollen Sie Gaffer oder bezahlende Kunden?"

- l) Interaktion und Selbstberatung**
- m) Logik und Benutzerführung**
- n) Ergonomie**
- o) Inhalte und Aktualität**
- p) Verkaufen im Internet**
- q) Rechtliche Aspekte**
- r) Motivationsstrang**
- s) Operative Inhalte**

3. Konzeptionsoptimierung mittels externer Hilfe

→ Zusammenarbeit

a) Berater / Provider / Agenturen

**→ externe Partner befindet sich in Ihrer
Region**

b) Briefing

c) Kosten

d) Zeit → durchschnittlich 3 bis 6 Monate

e) Produktionsvertrag

- **Arbeiten**
- **Gesamtkosten**
- **Zeitraumen**
- **Rechte**
- **Verschwiegenheit**
- **Zahlung (Raten)**

f) Projektmanagement

g) Workflow innerhalb Ihrer Firma

Wer liefert wann, wie welche Texte, Fotos, Dias, Prospekte und sonstige Unterlagen?

Wer kontrolliert und korrigiert die von der externen Firma / Ihrer eigenen

Web-Abteilung erstellten Seiten?

Wer erteilt die verbindlichen Freigaben?

h) Freischaltung

i) Traffic-Generierung/Werbung

- **Suchmaschinen**
- **begleitende Maßnahmen**
- **Druckmedien**
- **Firmenfahrzeuge**
- **Banner**

j) Übergabe

- **Übertragung der Rechte**
- **Kopie**
- **Handbuch**
- **Einweisung**

4. Wartung und Pflege (Hosting)

→ Statistiken

5. Wartung und Überarbeitung

C. Resümee

Erfolg im Internet ist ein nicht endender Prozess.

Kontakt

Controlling21

Dr. Joachim Schuhmacher

Döbelestraße 21

D - 78462 Konstanz

www.Controlling21.de

Tel.: + 49 (0) 75 31 – 36 51 07